

Transportasi dan Pariwisata (penulis: Andar Danova Goeltom, MSc)

Hit: 902

Pelarangan terbang maskapai Indonesia oleh Uni Eropa (UE) dan klarifikasi Arab Saudi maupun Pemerintah Korea menyalahi azas keadilan karena terkesan vonis sepihak yang tanpa dilalui dengan temuan dan dialog. Akan tetapi, ada sisi yang positif dari kejadian ini. Pertama, ini adalah suatu peringatan untuk tidak terlena dengan kepuasan user yang sangat dinamis tuntutan nya. Kedua, kerja sama internasional yang berkesinambungan merupakan hal mutlak karena dari sanalah informasi-informasi global tentang kebutuhan masa kini dan sertifikasi keselamatan akan didapatkan.

Dari sudut transportasi, larangan ini sebenarnya tidak akan berdampak apa pun karena sejak 2004 satu-satunya maskapai penerbangan Indonesia ke Eropa, Garuda Indonesia telah menghentikan rute ini. Namun, bagi dunia pariwisata jelas ini merupakan kabar buruk. Larangan terbang akan berdampak pada citra bangsa dan kesan masyarakat dunia terhadap keamanan dan kenyamanan. Padahal keamanan dan kenyamanan sangat berperan bagi kelangsungan hidup pariwisata.

Menurut klaim Association of the Indonesian Tours and Travel Agency (Asita), 150 anggotanya terancam rugi. Sektor ini diperkirakan kehilangan Rp 4 triliun pada tahun ini. Setiap tahun kunjungan dari Eropa berkisar 700-800 ribu orang dengan asumsi mereka tinggal di Indonesia sekitar 16 sampai dengan 17 hari dengan pengeluaran rata-rata 1500 dolar AS.

Lalu bagaimana dengan pariwisata Jawa Barat khususnya Kota Bandung? Menurut Badan Pembinaan dan Promosi Pariwisata Kota Bandung, telah terjadi sejumlah pembatalan wisatawan asal Eropa. Jumlahnya sekitar 60% pada semester II 2007. Setiap tahun kunjungan wisman Eropa ke Jawa Barat mencapai kurang lebih 100.000 ribu orang Bandung merupakan tujuan transit bagi turis yang hendak pergi ke Bali atau kota-kota lainnya di Indonesia. Pada umumnya lama tinggal wisman Eropa di Jabar sekitar tiga sampai dengan empat hari. Minimal biaya tinggal yang dikeluarkan di Jabar rata-rata Rp 2 juta per hari. Bisa dibayangkan secara ekonomi, Jabar jelas akan kehilangan kontribusi pendapatan dari pariwisata.

Transportasi

Transportasi menjadi hal yang sangat penting dalam pariwisata. Perkembangan pariwisata dalam negeri menuntut perkembangan bidang perjalanan pula. Pertumbuhan dan pengembangan pariwisata yang terus-menerus harus disertai dengan peningkatan kualitas destinasi dengan menciptakan tuntutan yang lebih baik di dalam transportasi.

Rencana Jawa Barat merelokasi bandara internasional ke Kabupaten Majalengka merupakan hal yang sangat positif sebagai pintu utama masuk ke Jawa Barat. Namun, terwujudnya bandara internasional jangan dilihat hanya sebagai pemicu pertumbuhan ekonomi daerah semata. Kesiapan infrastruktur pendukung dan regulasi sektor keselamatan, kenyamanan, dan kemudahan penumpang di dalam melakukan kunjungan terutama kegiatan yang berkaitan dengan pariwisata harus jadi perhatian.

World Health Organization (WHO, 2007) melaporkan bahwa kecelakaan transportasi terutama di jalan merupakan pembunuh utama. Sebagian besar kecelakaan tersebut berasal dari negara berpendapatan rendah hingga menengah. Di negara-negara berpendapatan rendah dan menengah, kerugian akibat kecelakaan transportasi terutama lalu lintas bisa mencapai 1-1,5% dari gross national product (GNP).

Ini mengingatkan kita kepada tragedi bus Limas beberapa waktu yang lalu yang mengangkut sejumlah siswa menengah pertama di Depok yang merenggut banyak nyawa, yang ironisnya kegiatan yang dilakukan adalah kegiatan wisata dan tidak terhitung lagi jumlah kecelakaan serupa di Indonesia.

Data WHO di atas berbanding lurus dengan apa yang terjadi juga di udara yang dalam 10 tahun terakhir sudah merenggut hampir 700 jiwa dalam kecelakaan pesawat baik angkutan komersial maupun nonkomersial. Data ini jelas menunjukkan bahwa faktor keselamatan dan keamanan merupakan harga mati.

Murah tak murahan

Sektor transportasi selalu berubah seiring dengan tuntutan global dan demand pasar. Pertengahan '90-an muncul fenomena penerbangan dengan biaya operasi rendah yang menawarkan tiket dengan diskon besar. Low cost carrier biasa disebut dengan LCC atau budget airlines atau no frills flight atau juga discounter carrier dengan ciri utama harga tiket yang terjangkau serta layanan terbang yang minimalis.

Intinya value yang ditawarkan senantiasa berprinsip rendah biaya untuk menekan biaya operasional. Singkatnya LCC merupakan redefinisi pelayanan yang serba efisien, sederhana, dan ringkas. Namun, prinsip murah akhirnya berpengaruh terhadap komponen-komponen transportasi terutama infrastruktur dan pelayanannya. Memang fenomena ini telah terbukti mampu meningkatkan jumlah penumpang secara signifikan.

Namun, kadang keselamatan dan kenyamanan sering kali terabaikan sehingga banyak kecelakaan terjadi disebabkan kapabilitas dan durabilitas dari kendaraannya. Akhirnya kondisi ini berpengaruh pada pandangan "kejar setoran" (break event point) dengan mengabaikan faktor-faktor penting yang seharusnya menjadi perhatian khusus bagi stakeholders perjalanan.

Di banyak negara maju prinsip LCC lebih cenderung dengan peningkatan kualitas pelayanannya sehingga jaminan keselamatan dan peningkatan pelayanan merupakan budaya perusahaan yang sudah otomatis tercantum di dalam nilai-nilai visi dan misinya. Pandangan yang salah terutama di dunia transportasi bahwa basic need bukanlah harga yang minimum, tetapi tentu saja bahwa keselamatan yang maksimum atau low cost high value.

Kelemahan di Indonesia adalah para operator belum mempunyai keinginan berkompetisi untuk meningkatkan kualitas layanan dan keselamatan. Kompetisi yang dilakukan hanya sebatas kepada operational cost yang menghasilkan tiket murah bukan kepada value cost.

Upaya perbaikan

Persoalan di atas akan menjadi efek bola salju (snow ball) kalau tidak ditangani secara serius. Solusi harus cerdas yaitu dengan mengambil hikmah dan tindakan cepat, bukan dengan mendramatisasi keadaan dengan pemboikotan dan segala macam pembalasan.

Langkah pertama, RI harus melobi pihak internasional dengan mengirimkan perwakilan dari Indonesia dengan melibatkan pihak-pihak yang berkepentingan yang salah satunya adalah dari Departemen Kebudayaan dan Pariwisata. Selain itu perlu ada perwakilan dari daerah-daerah tujuan utama wisata. Mereka harus memberikan pandangan-pandangan

komitmen solusi atas keluhan-keluhan yang berkaitan dengan transportasi baik itu udara, darat, maupun laut.

Langkah kedua memprioritaskan restrukturisasi dan pembaruan alat transportasi, revisi ulang sarana dan pra sarana. Sebagai fakta bahwa rata-rata umur pesawat di Indonesia adalah 17 tahun, di mana masa pakainya sebenarnya hanya 10 tahun saja. Kemudian mempertimbangkan perampangan jumlah keberadaan maskapai komersial di Indonesia yang kurang lebih berjumlah 21, jelas ini perlu menjadi pertimbangan. Amerika Serikat membatasi hanya dengan beberapa maskapai saja.

Langkah ketiga melakukan kerja sama internasional berkesinambungan dengan semua pemangku kepentingan di antaranya adalah ICAO (International Civil Aviation Organization) kemudian dengan International Air Transport Association (IATA) dan Federal Aviation Administration (FAA) yang terkait kepada Global Aviation Safety Plan khusus mengenai masalah keselamatan penerbangan dan menggandeng maskapai penerbangan luar untuk merintis kerja sama dengan menerapkan pola pengumpul dan pengumpan (hub and spoke) artinya rute penerbangan dapat dilakukan dengan sistem satu pintu (one gate policy).

Langkah keempat menggalakkan program familiarization trip (Fam Trip) dengan melibatkan pelaku bisnis pariwisata, maskapai penerbangan, biro perjalanan, serta KBRI di negara Eropa dan negara-negara yang menjadi target pasar Indonesia dan mengundang para jurnalis (travel writer) untuk meliput langsung apa yang terjadi di Indonesia dan sekaligus bagian dari promosi pariwisata mancanegara.

Langkah kelima adalah dengan melakukan regulasi berdasarkan tuntutan penerbangan internasional. Pendekatan ini hendaknya merupakan suatu inisiatif dari pemerintah yang kemudian ditanggapi dan ditindaklanjuti oleh seluruh pelaku pariwisata secara bersama-sama sehingga mencapai sinergi kepentingan dalam pengembangan kepariwisataan.

Hal paling dekat untuk dilakukan adalah regulasi sertifikasi sumber daya manusia dan memperketat persyaratan baik kepada sopir, pilot, maupun nakhoda. Survei menyebutkan bahwa lebih 70% kecelakaan disebabkan oleh faktor manusia (human error)

Upaya lain adalah dibutuhkan konsep, visi, pemikiran, komitmen, dan konsistensi yang jelas dari pemerintah, perlu digarisbawahi bahwa menyelesaikan persoalan ini tidak semudah membalikkan tangan. Perlu gerakan nasional yang melibatkan semua unsur bangsa.***

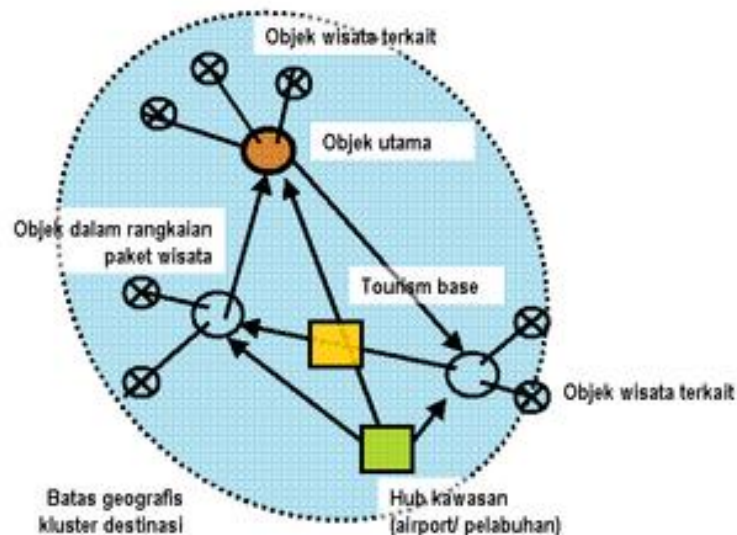
Destinasi wisata adalah kawasan dengan batasan fisik geografis tertentu yang didalamnya terdapat komponen produk wisata, layanan dan unsur pendukung lainnya sehingga membentuk sistem dan jaringan fungsional yang terintegrasi dan sinergis dalam menciptakan kunjungan maupun membentuk totalitas pengalaman bagi wisatawan.

Menurut Cooper, Fletcher, Gilbert Shepherd and Wanhill (1998), komponen produk wisata adalah:

- Atraksi, alam, budaya, artificial, event dan sebagainya
- Amenita, fasilitas penunjang wisata, akomodasi, rumah makan, retail, toko cidera mata, fasilitas penukaran uang, biro perjalanan, pusat informasi wisata dan sebagainya
- Aksesibilitas, dukungan sistem transportasi meliputi rute atau jalur transportasi, fasilitas terminal bandara, pelabuhan dan moda transportasi lainnya
- Layanan pendukung, ketersediaan fasilitas pendukung yang digunakan oleh wisatawan seperti bank, telekomunikasi, pos, rumah sakit, dan sebagainya
- Aktifitas, ragam kegiatan yang dapat diikuti/dilakukan wisatawan selama di lokasi/destinasi dan terakhir,
- Paket perjalanan wisata, paket-paket perjalanan wisata yang ditawarkan dan dikelola oleh biro perjalanan wisata.

Destinasi wisata dapat dikembangkan dengan tiga pendekatan yaitu,

- berorientasi pasar, persepsi wisatawan mengenai destinasi wisata menjadi faktor pertimbangan yang sangat penting dalam penetapan suatu objek atau kawasan sebagai suatu destinasi pariwisata
- tidak mengenal batas wilayah, pariwisata merupakan kegiatan yang tidak mengenal batas ruang dan wilayah. Pengembangan pariwisata harus diarahkan secara terpadu lintas wilayah untuk membangun daya tarik kolektif yang kuat sebagai suatu destinasi yang kompetitif dalam skala nasional, regional bahkan internasional
- kluster, konsentrasi geografis dari komponen usaha dan lembaga yang bergerak dalam suatu bidang khusus atau tertentu yang menjadi produk utama (core product). Hmm... abstrak? Berikut ini ilustrasi kluster destinasi wisata, untuk mempermudah Anda semua.



Kluster destinasi wisata di pulau Jawa, masih menurut Bambang Sunaryo, terbagi pada kluster Krakatau, kluster Jakarta, kluster Bandung, kluster Borobudur, kluster Solo dan kluster Bromo. Kluster destinasi wisata Solo menurut persepsi wisatawan adalah kota Solo, dengan komponennya Kota Solo, Kraton Mangkunegaran, Sangiran, Cetho, Sukuh, Tawangmangu dan Sarangan. Beberapa lokasi destinasi wisata kluster Solo terletak di kabupaten Karanganyar, seperti terlihat ilustrasi dibawah ini.



Saatnya Pariwisata Berbasis Teknologi Informasi, penulis Santoso Nugroho

Hit: 1318

Perkembangan Global

Sebagaimana kita ketahui seiring perkembangan teknologi informasi secara global yang melanda seluruh aspek kehidupan dan membawa banyak sekali perubahan secara revolusioner, contoh sederhana adalah begitu maraknya pemakaian ponsel walaupun untuk sekedar bertelepon dan ber-sms ria, didunia perbankan tentu sudah tidak asing lagi dengan yang namanya ATM dan internet banking. Fenomena chatting di kalangan kaum muda yang begitu besar walaupun masih dalam taraf “ngobrol ngalor ngidul”. Di dunia bisnis pemanfaatan email dan website telah mampu meningkatkan performa dan daya saing bisnis di era globalisasi dimana kebutuhan akan komunikasi yang cepat dan ketersediaan data untuk proses pengambilan keputusan dan proses transaksi yang kompleks menuntut dunia bisnis untuk selalu meningkatkan pemanfaatan TI dalam berbagai aspek bisnis, dari sekedar menampilkan info perusahaan (web presence) sampai proses transaksi yang lebih rumit (semisal e-commerce dan e-business).

Fenomena Electronic Government

Pada tataran pemerintahan kita mengenal istilah egovernment yang sedang menjadi trend saat ini, Bagaimana pemanfaatan TI di pemerintahan yang kita kenal dengan fenomena “egovernment”nya ? Ternyata pemanfaatan TI di pemerintahan tidak seperti yang kita bayangkan, pengertian TI di pemerintahan masih sebatas komputer untuk pengetikan dan mendukung proses administrasi semata. Fungsi TI untuk proses pengolahan data dan transaksi yang kompleks serta penyediaan informasi publik masih jauh dari harapan. Apalagi proses pengambilan keputusan berbasis TI (misal: DSS/ EIS) masih belum menjadi fokus perhatian. Hal yang paling sederhana misalnya penyediaan data/ informasi publik untuk kepentingan masyarakat terkadang masih dijumpai keengganan sebagian birokrat untuk membuka akses kepada publik supaya dapat meminta data dan informasi publik (share data) yang memang data/ informasi tersebut untuk konsumsi publik.

Pariwisata berbasis TI (Sistem Informasi Manajemen Pariwisata)

Bahwa dunia pariwisata adalah menjadi salah satu bidang garapan pemerintah daerah dalam implementasi egovernment untuk mempublikasikan/ memasarkan) potensi wisata di daerah. Berbasis TI dalam hal ini berarti adanya suatu Sistem Informasi Manajemen yang berbasis pada pengolahan data elektronik.

Sejalan dengan meningkatnya kesejahteraan rakyat maka kebutuhan untuk berlibur meningkat. Untuk mencapai tujuan tersebut diperlukan informasi tentang tujuan wisata, objek wisata yang menarik, sarana yang tersedia seperti transportasi untuk mencapai tujuan wisata, produk wisata yang diminati dan lain sebagainya. Untuk memperoleh informasi tersebut wisatawan sering mengalami kesulitan karena tidak mengetahui dimana dan pada siapa harus meminta informasi. Singkatnya kebutuhan informasi di bidang pariwisata meningkat dan perlu disiapkan dengan rapi dan terstruktur agar dapat diakses dengan mudah.

Selain kebutuhan wisatawan akan informasi yang lengkap, akurat dan mudah didapat, maka pihak lain yang juga membutuhkan data dan informasi tersebut adalah pihak pengelola industri pariwisata dan pemerintah sebagai pihak pengambil keputusan dan penentu kebijakan dibidang pariwisata. Namun penekanan kebutuhan data dan informasi bagi masing-masing pihak berbeda. Jika bagi wisatawan adalah untuk memudahkan mereka menentukan rencana perjalanan wisatanya sementara bagi industri pariwisata dan pemerintah adanya sistem informasi yang baik sangat membantu mereka untuk tujuan pengambilan keputusan. Suatu Sistem Informasi Manajemen (SIM) dapat membantu baik pemerintah maupun industri/ pelaku pariwisata.

Sejalan dengan keinginan pemerintah untuk memajukan industri pariwisata maka tentunya ada keinginan besar untuk menata informasi data pariwisata sebaik-baiknya agar masyarakat yang membutuhkan dapat memperoleh dengan cepat, akurat dan dapat disebarluaskan dengan mudah pula. Ada berbagai cara untuk penataan informasi tersebut. Kalau jaman dulu informasi disebarluaskan dari mulut ke mulut, kemudian melalui radio, surat kabar, televisi dan media informasi lainnya maka sekarang dengan kemajuan di bidang Teknologi Informasi ada beberapa sarana baru yang lebih mempercepat penyebaran informasi.

Secara umum saat ini SIM merupakan kebutuhan setiap organisasi. Hal ini disebabkan karena data yang disimpan suatu organisasi harus selalu diperbaharui dan ditambah, sehingga keberadaannya dapat membantu memberikan keputusan dengan cepat. Untuk bidang pariwisata maka SIM dapat digunakan untuk mengelola data yang dapat dimanfaatkan oleh wisatawan, industri pariwisata maupun

pemerintah. Data pariwisata yang banyak dan selalu bertambah membutuhkan pengelolaan yang tepat. SIM punya kemampuan untuk membantu mengambil keputusan, dan juga menyediakan informasi bagi pengguna data dan informasi pariwisata. Keberadaan sistem informasi manajemen yang terintegrasi dengan baik, disertai dengan dukungan sistem komputer, akan sangat membantu pengelolaan data pariwisata.

Disamping kesiapan dari sistem pengelola data maka orang yang membangun struktur sistem informasi ini harus benar-benar mengerti kebutuhan pengguna data tersebut, karena informasi pariwisata memiliki karakteristik data yang sangat beragam seperti objek dan daya tarik, data hotel, data sarana transportasi, dan data-data fasilitas lain, hingga ke data statistik seperti jumlah wisatawan dan pemandu wisatanya, perlu dikelola secara terintegrasi. Data-data ini juga sangat dinamis, sehingga kompleks dalam pemilihannya, serta harus diperhatikan masalah keakuratan atau kebenaran datanya. Kegunaan dari setiap data juga harus diperhatikan berdasarkan segmen pasar penggunaannya.

Berikut data-data yang umumnya dibutuhkan dalam Perencanaan Pariwisata :

1. Data Rencana Pengembangan

- Kebijakan pembangunan, arah pembangunan & pengembangan wilayah; wilayah perencanaan & wilayah yg lebih luas (mikro-makro).
- Karakteristik kepariwisataan di daerah; ideologi, politik, sosial-budaya, hukum, ekonomi, pertahanan dan keamanan.
- Ketersediaan daya tarik wisata, aksesibilitas, fasilitas dan komunitas, regulasi & kebijakan, sumber daya manusia, manajemen, dan informasi
Segmen Pasar: Wisman dan/ atau Wisnus

2. Data Wisatawan

- Jumlah Kunjungan (wisnus, wisman)
- Jumlah Perjalanan (wisnus, , wisman)
- Jumlah Pengeluaran (wisnus, wisman)
- Pendapatan Devisa (wisman)
- Profil Wisatawan:
- Tinjauan Geografis: daerah asal & tujuan Wisata;
- Tinjauan Demografis : jenis kelamin, umur, pekerjaan, dsb;
- Tinjauan Psikografis: minat, tujuan, dan sasaran berwisata;
- Tinjauan Perilaku: kepuasan & pengalaman berwisata.

3. Data Industri Pariwisata

- Database Hotel & Akomodasi
- Database Agen & Biro Perjalanan Wisata
- Database Usaha Jasa Makan & Minum
- Database Jasa Konsultan
- Database Jasa Transportasi

4. Data Destinasi Pariwisata

- Fokus (tematik/ clustering)

- Lokus
- Daya Tarik (alam, budaya, minat khusus)
- Fasilitas (hotel, restoran, biro perjalanan dsb)
- Aksesibilitas (transportasi)
- Komunitas (penduduk yang berada di sekitar daya tarik wisata)
- Kebijakan & Regulasi
- Manajemen Destinasi
- Komunikasi & Informasi

5. Analisis

- Kebijakan pembangunan yang ada (sektoral & regional)
- Potensi kewilayahan; untuk mengetahui potensi wilayah dalam mendukung pengembangan pariwisata
- Aspek ketersediaan (supply) dan perhitungan kebutuhan pengembangan
- Aspek pasar dan proyeksi wisatawan

6. Hasil Analisis

- Pengembangan Pemasaran
- Pengembangan Destinasi Pariwisata
- Pengembangan Sumber Daya Manusia
- Pengembangan Kelembagaan
- Pengembangan Tata Ruang Pariwisata
- Pengembangan Lingkungan (alam & budaya)
- Pengembangan Investasi
- Perumusan diarahkan pada tujuan & sasaran pembangunan yang akan dicapai. Hasil Pengumpulan, pengolahan dan pemanfaatan data ditampilkan melalui website.

Website Pariwisata

Pemanfaatan internet di dunia pariwisata dalam bentuk Website / Portal sangat beragam mulai dari sekadar pemberian layanan informasi dan promosi sampai layanan yang lebih kompleks misalnya : reservasi online (hotel, paket wisata, transportasi dll), sistem pembayaran online, pengelolaan data base pariwisata daerah dan proses interaksi dan transaksi lainnya.

Beberapa hal dari pemanfaatan internet untuk pariwisata antara lain :

- Komunikasi tidak mengenal batas ruang dan waktu , misal : orang Amerika yang ingin mencari informasi obyek wisata dan akomodasi di suatu daerah tertentu di Indonesia.
- Akses yang mudah karena dapat dilakukan dari rumah
- Menyediakan informasi sedetail mungkin : harga, lokasi, informasi sekitar, cuaca, atraksi, events, secara interaktif dan up to date.
- Jangkauan yang sangat luas ke seluruh dunia dan murah.
- Melawan "bad publicity" tentang Indonesia misal : Indonesia dianggap tempat teroris dan kerusuhan sehingga orang takut berkunjung.
- Menambah kredibilitas suatu organisasi karena memiliki e-mail dan website.

- Kehadiran internet terutama tersedianya website/ portal pariwisata yang handal, lengkap dan interaktif tentu sangat mendukung promosi tujuan wisata yang ada di suatu daerah, sebagai contoh : sebuah website pariwisata milik suatu pemda memuat suatu promosi perjalanan wisata ke daerah yang meliputi :
 - Lokasi obyek wisata (dimana, apa saja yang bisa dilihat)
 - Waktu yang dibutuhkan
 - Perkiraan biaya
 - Pendukung yang terkait (hotel, restoran, toko souvenir, sarana hiburan, atraksi wisata)
 - Saran souvenir yang perlu dibeli
 - Budaya lokal (adat istiadat, bahasa, kesenian dll)
 - Teknologi yang tersedia harus dipilih dengan tepat, terutama menyangkut jenis layanan wisata yang ditampilkan, untuk sekadar publikasi, maka cukuplah sebuah website yang memuat info pariwisata di sebuah daerah, berupa gambar/ foto-foto dan narasi serta informasi yang diberikan masih bersifat satu arah, hanya berisi penjelasan supaya masyarakatmengetahui (web prsence).

Sedangkan untuk layanan yang lebih kompleks dan rumit diperlukan teknoogi yang lebih “advance” misalnya : diperlukan adanya website yang interaktif dengan animasi flash, gambar dan link yang lengkap, sehingga calon customer bisa meminta suatu penjelasan secara lebih detail. Perlu ditambah pula menu semacam, jadwal trayek atau peta jalan interaktif sehingga memudahkan calon customer untuk bisa sampai di suatu tempat, perlu dipikirkan pula menu transaksi yang harus ada misalnya : reservasi hotel, nilai tukar mata uang, kamus, waktu/ jam, pembayaran online, layanan sms interaktif, interaktif voice response/ call center, dan lain-lain.

Supaya suatu website diminati oleh calon customer maka diperlukan beberapa hal sebagai berikut :

- Informasi harus di up date secara berkala (events, info baru, berita, artikel, gambar, film, animasi, dll)
- Suatu website juga harus responsif terhadap request dan pertanyaan (banyak yang tidak menjawab email) serta tanggap terhadap keinginan pengunjung dan komunikatif (memahami alasan mengapa audiens web mendarat di suatu website).
- Sesuaikan dengan target pembaca/ pengunjung dengancara penyampaian informasi (calon wisatawan asing membutuhkan informasi dalam bahasa Inggris/ atau bahasa asing lainnya dan dalam bahasa Indonesia).

Kendala

Beberapa kendala yang sering dihadapi oleh suatu Dinas Pariwisata di daerah untuk mengembangkan egovernment di bidang pariwisata adalah sebagai berikut:

- Kesulitan utama secara teknis ada pada ketersediaan akses internet, serta peralatan komputer dan jaringan yang kurang memadai.
- Secara non teknis kesulitan ada pada ketersediaan data (content) dari Dinas Pariwisata sendiri yang mana sangat membutuhkan kerjasama dan keterbukaan dari setiap bidang dan seksi yang ada, sehingga data dapat terintegrasi dengan baik.
- Kemampuan SDM yang relatif masih rata-rata dan belum sampai pada tingkat yang mahir khususnya penguasaan jarirngan komputer dan internet.

- Pariwisata berbasis TI belum menjadi "minded" dari pimpinan daerah yang dimana pada beberapa daerah, Dinas Pariwisata masih "dianggap" dinas yang "kering" dan "dihindari" oleh para pejabat
- Egovernment merupakan aplikasi pemacu untuk memasarkan tujuan dan potensi wisata di daerah, zaman sedang berubah dan suka atau tidak suka semua harus berubah termasuk sektor pariwisata daerah.

tentang penulis:

Santoso Nugroho adalah seorang Praktisi, Penulis dan Pemerhati TI dgn bidang peminatan pada pengembangan electronic government daerah, bekerja di Dinas Pariwisata Kabupaten Cilacap, bisa dihubungi di nugrohocl@yahoo.com